从网络语言透视两种传播形态的互动

隋　岩

(中国传媒大学 新闻传播学部电视学院,北京 100024)

摘　要:“APEC 蓝”一词最先在以微信等社会化媒体为首的群体传播中广泛流传,以嘲讽调侃的方式化解正统、权威的主流媒体传播语境。有别于常见网络语言的符号特征,“APEC 蓝”不是靠重构能指来戏谑,而是以改变符号素的组合规则来指涉大众传播中缺失的意义,打破“同构”,满足群体传播中的意义狂欢。这种群体传播中的网络语言盛景,看似威胁到旧的传播权力中心,但在意义不断的“延异”中,形成了过度娱乐的碎片化信息。“APEC 蓝”进入大众传播语境后,重拾缺失的话语,并以权威正面回应的方式使意义再次发生改变,并形成更为稳定和广泛的影响力。伴随语言意义的不断变化促成了群体传播和大众传播两种形态的交织和互动。

关键词: 互联网;群体传播;大众传播;APEC 蓝;网络语言

中图分类号:G 206　　**文献标识码:**A　　**文章编号:**1000-5919(2015)03-0187-05

2014 年 11 月 APEC 会议在北京召开,主流媒体上不断出现的是“APEC”这个强符号①,微信朋友圈里流行的却是“APEC 蓝”。大众媒体关注会议内容,社会化媒体关心空气质量。会议期间,人为干预下的美好蓝天成为网络段子调侃的对象,APEC 被解释成“空气污染终于控制住了”(Air Pollution Eventually Controlled),“APEC 蓝”则喻意“短暂易逝、不真实的美好”(例如 He is not really into you. It's an APEC blue. 他并不真正在乎你,他对你的感情是短暂易逝的)。同样的语言符号,在两种不同的传播语境中,指涉着完全不同的意义内涵。同一个社会文化环境中,面对共同的受众群体,描述共同的事件对象,通过不同媒介手段表达出的意义却迥然不同。以社会化媒体为代表的群体传播消解了大众传播语境中所构建的强符号的正面效果。在网络语言中,类似的例子还有很多,本文试图通过网络语言符号的变化来考察两种传播形态的互动。

一、网络语言成为互联网群体传播的表达方式

以社会化媒体为代表的群体传播,出现在以产能过剩引发的消费者(信息接受者)主体性崛起为特征的互联网时代,本质上是群体进行的非制度化、去中心化、缺乏管理主体的传播行为,它消除了传播的权力中心,大众可以自由地参与到信息扩散中。群体传播的谐趣之一就是颠覆传统,打破权威,通过对大众传播的符号进行修改、补充、解构甚至扭曲、丑化来创建新的符号和话语意义。后现代主义所倡导的多元性、解构性、平面性、游戏性等理论节点在网络语言万花筒中一览无余②。

以索绪尔③对符号的划分方式来看,重构已有符号的意义包括替换能指或新建所指两种途径,网络中受人关注的语言现象大多以这两种方式对符号的重新构建为主。中文语言兼具表意和

收稿日期:2015-01-20

作者简介:隋岩:男,辽宁大连人,中国传媒大学新闻传播学部电视学院教授。

基金项目:本文系国家社会科学基金重点项目《网络语言对话语权、社会情绪、价值观的影响研究》(项目号 14AZD122)的阶段性成果。

① 有关强符号的特点参考隋岩:《强符号的国际传播是文化走出去的有效途径》,《当代传播》2012 年第 5 期。

② 吉益民:《网络变异语言现象的认知研究》,南京:南京师范大学出版社 2012 年版,第 261 页。

③ 索绪尔:《普通语言学教程》, 北京: 商务印书馆 1980 年版。

音形的特点,常见的能指改变方式有:谐音字,如油菜花(有才华)、斑竹(版主);对字形的拆解,如弓虽(强);模拟发音的变体字,如米国(美国)、东东(东西)、你造吗(你知道吗)、酱紫(这样子);生造新词,如不明觉厉(虽然不明白你在说什么,但好像很厉害的样子)、人艰不拆(人生已经如此的艰难,有些事情就不要拆穿);将错就错的别字使用,如火钳刘明(火前留名);隐喻替代式的词汇,如粉丝(忠实的拥趸);还有数字图画符号,如1314(一生一世)、$ _ $(见钱眼开)等等各式各样的反叛传统的网络用语。此类符号的所指意义并没有多大改变,只是借着外在表现形式的变化改变能指的物理外衣,达到吸引眼球的目的。从语言规范的角度看,此类符号变异也常常遭到质疑和批判,在正式的社会应用中,多有相应规定拒绝使用。2014 年国家新闻出版广电总局发出通知①,要求各类广播电视节目和广告应严格按照规范写法和标准含义使用国家通用语言文字,不得随意使用网络语言。教育部出台的高考考务规定中也要求考生“一律用现行规范汉语言文字答卷”②。

而另一类以所指意义变化为代表的语言变异,如扩大原有词汇使用语境,或者通过彻底更换原有含义,引出许多变体,则常常表达出对权威、正统的颠覆,通过新的戏谑意义来展现群体传播的去中心化和去权威化本质。“挖掘机技术哪家强,山东济南找蓝翔”原本只是一则广告语,如今成了网络中一切故事的结束语:孟姜女没有见到丈夫最后一面很是难过,拍着长城失声痛哭地大喊道:“挖掘技术哪家强?!”;董存瑞拉响炸药包,抬头眺望远方,用尽力气高喊着:“挖掘机技术到底哪家强?”。再如“土豪”,原本指旧社会乡里的强豪恶霸,仗势欺人的地主,是新中国革命和批判对象,一个随着时代基本退出公众视野的词汇,突然间在网络语言中流行起来,既表达对“土得掉渣”却“出手豪放”的有钱人的讽刺,又有“与土豪做朋友”中的戏谑。诸如此类的网络流行语层出不穷,突破符号建构之初的“任意性”,彰显有意为之的强烈主观色彩,经过群体传播中癫狂般的符号变异后呈现出完全不同的意义。进入以信息社会为标志的所谓后现代时期,整个世界呈现出一派前所未见的文本狂欢③。在众多的网络“流行体”中,原有的能指指向唯一所指的关系被瓦解,给符号带来强烈的冲击力和颠覆性。

二、互联网群体传播对大众传播的“同构”④提出挑战

大众传播出现在工业革命后的现代性社会中,本质是建立秩序和权威,以专业化、垄断化的媒介组织为传播者,面向成分复杂而广泛的受众,充当把关人,运用含蓄意指和元语言生产一致舆论,实现能指和所指的胶合状态,实现着社会的“一致化”和思想的“规范性”⑤。大众传播以常态语言符号为主体,这种符号蕴藏着社会文化规约和束缚,某种程度上成为一种思想窠臼,一种集体无意识,使人成为由特定语言符号所塑造的语言人,成为福柯所说的“不是我说话,而是话说我”⑥。在语言中,表现为锁定能指和所指唯一关系的同构现象,“能指被认定为所指的直接呈现,主客观世界可以通过语言直接表达,二者关系已经模式化和固定化”。⑦ 然而互联网群体传播场域的出现,大众传播统帅话语权力的局面发生变化,人们不再满足传统的语言表达方式,“诉诸隐喻、换喻、借喻和各种象征的方式,这也是为什么后现代主义者非常重视并不断发明各种符号、信

① 国家新闻出版广电总局 http://www.sarft.gov.cn/articles/2014/11/27/20141127143826180126.html
② 新华网 http://news.xinhuanet.com/2012-05/23/c_112010739.htm
③ 李彬:《传播符号论》,北京:清华大学出版社 2012 年版,第 185 页。
④ 关于同构的解释参考隋岩、张丽萍:《对同构的溯源与阐释》,《现代传播》2011 年第 7 期。
⑤ 金苗:《媒介霸权论:理论溯源、权力构成与现实向度》,《当代传播》2010 年第 05 期。
⑥ 吉益民:《网络变异语言现象的认知研究》,南京:南京师范大学出版社 2012 年版,第 13 页。
⑦ 吉益民:《网络变异语言现象的认知研究》,第 261 页。

号和象征,以此完成‘不可表达性’的目的”①。群体传播对大众传播的同构提出了挑战。

“APEC 蓝”符号的出现,既突破上面描述的常见的网络语言生成方式,同时借助互联网群体传播的特征,打破大众传播所同构的主流话语。这其中的同构因素包含三方面的内容,其一,语言符号规则方面,两个能指部分“APEC”和“蓝”没有变化,放在一起却产生新的意义。在语言的横轴组合②中,这两个词本不具备组合关系,我们可以说“APEC 会议”,可以对 APEC 进行评论,但把蓝加进来,就打破了常规的符号素排列规则。其二,这种形式上的突破,契合了当下自然环境的变化。北京近年来多出现持续的雾霾天,会议期间的气象条件原本并不理想,最终形成的清新空气有很大人工干预的因素。平时持续的雾霾天和会议期间理想的环境形成强烈对比。其三,大众传播语境中的意义缺失。主流媒体重点报道集中在 APEC 带来的经济实惠和政府对会议主办的大力投入,没有对涉及民众切身利益的情况留有舆论空间,群体传播正好填补了这一空缺,从而引发对 APEC 主流形象的鲜明反差,表达出戏谑、嘲讽、不满等情绪的新的所指意义。这样的语言符号不可能一开始就出现在大众媒体中,正是如此,才使得群体传播中的符号变异有了可能。

“现代主义追捧精英文化和主流文化,压制和贬低非主流文化;而后现代主义质疑既存的思想格局、等级秩序和话语体系。”③互联网群体传播形态的凸显带来了重构符号意义的可能,无论是对能指的破坏再造还是对所指意义的重新释义,都体现了网络语言张扬的个性、思维的多元化、反对传统、勇于突破固有模式的后现代性④,群体传播用游戏的方式进行语言狂欢。从传播形态的发展来看,我们经历了人际传播和大众传播繁荣的时期,传播技术的进步,使人类进入了互联网群体传播的时代,语言作为日常生活的一部分受规则制约,不同的传播形态会使用特定的规则决定话语如何表达,词语的意义以及传播中的使用方式⑤。群体传播中的语言在不停地“漂移”,以德里达的解构主义观点来看,意义通过“互文”的方式在不断地“延异”,形成一条无限延伸的能指链,意义处在无穷的延宕状态⑥。“APEC 蓝”在社会化媒体中的快速流传,主要是用户之间不断对意义的补充和戏谑的接力游戏,才能在较短时间形成一定的影响力。“漂浮”的能指和“滑动”的所指赋予了当代网络人际交流以语言狂欢的游戏化色彩。⑦ 互联网群体传播重组大众传播中缺失的意义,从而消解了旧有的传播权力中心,打破同构,实现意义的狂欢。

三、符号意义狂欢的背后埋着隐患

互联网群体传播呈现出巴赫金⑧笔下的后现代主义“狂欢化”特征,以“人人平等”为信条,宣泄式的对抗主流文化,颠覆打破传统秩序,形成全民参与的集体狂欢。互联网群体传播有许多大众传播无法比拟的优越性,以颠覆传统权威的方式带来了新媒体的狂欢。但这种狂欢的背后埋藏着巨大隐患,新的问题随之而来。

信息量过载和信息碎片化的问题尤为突出。大数据时代,信息呈指数级增长,导致注意力分散,同时大量无用或无效信息挤占人们的时间和精力。没有大众传播专业、系统的信息制作和发布模式,多靠兴趣纽带和人际关系建立的群体间互动,使信息呈现出散乱、碎片的特征。受众的注意力变短,颠覆性的语言更容易吸引关注和眼球。对哗众取宠的碎片化信息的追逐,使人们缺乏系统的逻辑思维,势必降低独立思考和批判能力。

---

① 高宣扬:《后现代论》,北京:中国人民大学出版社 2005 年版,第 3—4 页。
② 王铭玉等:《现代语言符号学》,北京:商务印书馆 2013 年版,第 30 页。
③ 吉益民:《网络变异语言现象的认知研究》,第 257—258 页。
④ 刘艳茹:《网络语言意义建构的哲学思考》,《学术交流》2011 年第 3 期。
⑤ 斯蒂文·小约翰:《传播理论》,陈德民、叶晓辉译,北京:中国社会科学出版社 1999 年版,第 174 页。
⑥ 吉益民:《网络变异语言现象的认知研究》,第 260 页。
⑦ 吉益民:《网络变异语言现象的认知研究》,第 254 页。
⑧ 巴赫金:《巴赫金全集》,石家庄:河北教育出版社 1998 年版。

互联网群体传播中的信息呈病毒式的传播特征,新建的符号意义包含着大量暂时性的潜在语境信息,短期内集中爆发力强,当时过境迁,这种暂时嫁接的意义很容易褪去,持续力非常弱,因此群体传播中的意义需要不停地“延异”。这也是为什么我们看到网络语言段子层出不穷,不断注入新的意义,才能延续符号的生命力。不断地拼接、戏仿延异符号的意义带来一种狂欢式共同参与来满足符号的“景观”价值,但这种传递往往经不起时间的磨炼,随着热度慢慢退去,新的舆论热点又会被“制造”出来。

社会化媒体中的情绪化特征很明显,互联网群体传播使得用户的意义理解由理性趋向感性,由感性趋向情绪化,甚至成为情绪的泄洪口。情绪又有极强的感染力,以轻松、调侃、幽默、娱乐、戏谑、讽刺、影射等方式解构大众传播的正统、正面、主流、权威、强势符号所指。网络段子大多是对主流媒体符号意义的颠覆,反映出受众情绪发泄的表达方式和情感交流的需要。

当戏谑和讽刺普遍成为一种蔓延态势,反倒成为一种流行时尚,造成网络信息娱乐化的倾向非常严重。“我爸是李刚”原本是对“官二代”问题的针砭,当网民的热情挥洒在编造无尽诗词歌赋小说故事的段子当中,当阅读者以一种很“懂行”的心情来看待这些信息时,最初的颠覆已经演变成娱乐化的调侃和情感认同,很少有人能记得事件的真相,鲜有人关心事件的结局,为此类事件做过认真思考的群体更是寥寥无几。

互联网群体传播的创造力在于瓦解大众传播的符号同构,但新的意义仍然是建立在对原有关系的破坏基础之上,旧的同构的影响依然存在,换个角度看,正因为原同构力量强大,才使这种破坏显得颇为轰动和颠覆。此外,无论是能指的改变还是所指的替换,或者两者兼而有之的行为,在符号变异过程中不断离开原有的同构意义,产生新的意指关系,当人们习惯于这种颠覆性的意义狂欢中,久而久之可能又会带来了新的同构。

四、重回主流媒体的网络语言促进双方互动

与众多网络语言不同的是,“APEC 蓝”没有只停留在网民的言语戏谑中,大众传播媒体很快对此做出回应,尤其是习近平在出席 APEC 领导人非正式会议欢迎宴会上的一段话:“有人说,现在北京的蓝天是‘APEC 蓝’,美好而短暂,过了这一阵就没了。我希望并相信,通过不懈地努力,‘APEC 蓝’能保持下去。”①展现出一个不回避问题、敢于正视问题、直面问题、有责任感、有自信、有担当的大国领导形象。由此,“APEC 蓝”从网络调侃进入大众传播系统,保留了符号的能指表达,同时又一次重构了意义,迅速扭转“APEC 蓝”的传播效果。随着多家大众传播媒介不断跟进报道,包括《人民日报》刊发的《让“APEC 蓝”永驻天空》②等文章,引导人们进行理性深入的思考,探讨如何让短暂而弥足珍贵的“APEC 蓝”成为常态的“景太蓝”,如何把 APEC 期间的有效治霾措施合理地长期执行下去。再次回到主流媒体中的网络语言,既是对此前媒体声音缺失的修正,也在大众传播语境中重塑了符号的意义,产生了新的传播效果,以知晓、理解、不回避的自信态度来面对问题,表达对解决问题的决心和能力,把网络上的戏谑,转移到大众媒体,重新树立了正面形象。“APEC 蓝”不再是短暂美好的意义,而是表达政府治理雾霾的决心和人民对美好未来的期盼,大众传播这种把意义明确并稳固下来的能力依然非常强大。

语言始终处在动态的发展过程中,诸如“APEC 蓝”等语言变化的发生是因为话语场的改变,也就是说传播形态的不同决定了这种变化的方向,语言作为表征符号反映了传播形态的差异,传播形态的变化也带来语言的变化。大众传播时代符号的意义是确定的,有明确指向的,具有相对

① 人民网 http://world.people.com.cn/n/2014/1111/c1002-26005893.html

② 人民网 http://opinion.people.com.cn/n/2014/1107/c1003-25990070.html

稳定性,媒介话语具有不可置疑的强势地位。互联网群体传播时代的社会化媒体中,打破意义的稳定性,寻找大众传播中的语言空挡,以出位和癫狂来吸引和留住粉丝,往往会带来无序的语言暴力。在大众传播和群体传播这两个话语场中,对意义的建构方式不同,这既是较量,也是互相补充,如何寻找并把握群体传播和大众传播的平衡值得关注。在“APEC 蓝”中,我们看到了两次符号变异。第一次从大众传播的正面形象进入以解构和颠覆为特点的群体传播中,在网民的讽刺和挖苦声中变得负面起来。当“APEC 蓝”再次回到大众传播语境中时发生了第二次变异,以正视问题存在的态度,用自信、勇敢的方式去面对,从而扭转不利形象。这个符号的变化较为理想地实现了两种传播形态的有益互补,群体传播捕捉到大众传播中缺失的意义,反过来,大众传播很好地承接了这个新的意义,使其增添了持续的稳定力量,而不是仅停留在短暂易逝的网民语言发泄中,为问题的进一步解决带来权威回应。

群体传播多以“段子”的形式为网民情绪泄洪,大众媒体重拾这些变异后的新词汇,并注解新的意义,会带来更为理性和深刻的思考,这也符合大众传播主流舆论引导的角色作用。大众传播的话语场有其不可替代的作用,重新进入这个场域的语言符号带来新生和持久生命力。并非所有的语言都能进入大众传播,能够维护大众媒体权威本质的网络语言才能进入,一旦进入主流媒体就会使语言生命力更顽强。符号在大众传播和群体传播两种传播形态中穿梭,符号的意义发生改变,传播形态的本质却更加稳固,两次符号的变异加强了各自传播形态的稳定性和自身特点,产生于群体传播的符号并没有改变大众传播语境中的符号流通模式。从符号的变异可以观察传播形态的差异,当“APEC 蓝”重新进入大众传播的语境中时,一方面修正了之前的意义缺失,同时提供解决问题的权威回应,跳脱出意义的无序争论。在群体传播和大众传播中来回穿梭的语言符号,意义构建方式变化的同时也促成了两种传播形态的有益互动。

The Interaction of Two Communication Patterns: from the Perspective of Semantic Changes of Netspeak

Sui Yan

(*School of Television, Section of Journalism and Communication, Communication University of China, Beijing* 100024, *China*)

Abstract: “APEC blue”, first created by social media, is used to satirize the human efforts to keep a clean environment during the APEC session in Beijing. Being different from the popular coinage of netspeak, “APEC blue” transforms the natural syntagmatic relations and supplies what the dominant discourse misses. The positive and authoritative interpretation of the conference in mass media is easily and drastically destroyed by the word spree among online users. While the isomorphism in mass communication is broken, the difference of meanings in netspeak brings about entertained and fragmented information. Having been accepted by the mass media, “APEC blue” is redefined as the determination and confidence of the Chinese government to fight against environmental pollution. The alternation of word meanings between two different communication patterns has therefore produced more powerful and comprehensive influence.

Key words: group communication, mass communication, APEC blue, netspeak

(责任编辑　　刘曙光)